

ФАКТОРЫ И РЕЗЕРВЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Куттор Даниэль, Перерва П.Г.

Мишкольцский университет,

г. Мишкольц

Проведенные авторами исследования позволили определить факторы и резервы резервов повышения уровня инвестиционной привлекательности предприятия, которые лежат в основе теоретического обоснования проблемы формирования достаточной конкурентоспособности предприятия на инвестиционном рынке и бесспорно связано с общими факторами инвестиционной привлекательности, которые укрупненно можно разделить на:

- а) финансово-экономические;
- б) социальные;
- в) информационные.

Проведенные исследования позволили выявить среди действующих факторов и резервов повышения инвестиционной привлекательности основное значение целесообразно уделить первой группе факторов, которые, несомненно, имеют наиболее существенное влияние на формирование уровня инвестиционной привлекательности предприятия.

К финансово-экономическим факторам и резервам повышения инвестиционной привлекательности предлагается отнести:

- а) повышение эффективности использования основных фондов на предприятии;
- б) рост качества управления кредиторской и дебиторской задолженностью;
- в) рост эффективности использования оборотных средств;
- г) совершенствование управления прибылью предприятия;
- д) введение маркетинговых мероприятий и управления качеством;
- е) повышение эффективности управления ценообразованием на продукцию предприятия;
- ж) повышение эффективности деятельности предприятия за счет внедрения экологически безопасного оборудования;
- з) налаживание и качество деятельности внутреннего аудита.

Литература:

1. Перерва П.Г. Анализ финансового состояния предприятия / П.Г.Перерва, О.Н.Савенкова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2002. – № 11-2. – С. 118-121.
2. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.
3. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. / А.О.Старостіна, Н.П.Гончарова, Є.В.Крикавський та ін.; за ред. А.О.Старостіної. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.
4. Перерва П.Г. Управління інноваційною діяльністю // Маркетинг: Підручник / О.А.Старостіна, Н.П.Гончарова, Є.В.Крикавський та ін., за ред. О.А. Старостіної. – К. : Знання, 2009. – 1070 с.